

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	◎	都市型ホテル（役員）	・災害支援関係者の宿泊利用で高稼働が続くなか、北陸新幹線の延伸と北陸応援割による観光需要の取り込みをコントロールすることが難しい。
	○	商店街（代表者）	・北陸応援割の実施や観光客の回復と良くなる材料が多い。
	○	商店街（代表者）	・桜の開花が4月にずれ込んだので、来客数の増加を見込んでいる。相変わらず高額商材の動きが鈍いため、来客数の伸びに期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・額面が40%上乘せされたプレミアム付商品券の発売で地元客の消費のかさ上げや、ゴールデンウィーク以降の北陸応援割の第2弾、北陸新幹線の金沢敦賀間開業効果で、国内外の観光客が増加することに期待している。
	○	百貨店（販売促進担当）	・春休み中の店舗催事やゴールデンウィーク中に開催する物産展など、客の関心が高い企画が続くので、上向きになるとみている。また、旅行需要も増えるとみており、ウェアや旅行かばんなどに動きがあると考え。能登半島地震の影響で正月にゆっくりできなかったため、ゴールデンウィーク期間中の帰省需要が増えると思込んでいる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・北陸応援割などが活況で、少しずつ景気が良くなっているようにみえるため期待したい。
	○	衣料品専門店（経営者）	・北陸新幹線の延伸があり、福井は特に新たな人の動きがあることに期待したい。
	○	乗用車販売店（役員）	・生産停止による受注への影響が解消されれば、来客数にも好影響が出てきて、売上増加への期待が高まってくる。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・本格的な行楽シーズンに突入することから遠出の機会が増すとみている。特に、北陸新幹線の延伸効果に期待でき、帰省も含めた人流が活発化することでの物販などのニーズは高まることから、購買意欲が増すことに期待する。
	○	一般レストラン（店長）	・人の動きが良くなっており、北陸新幹線延伸の効果にも期待したい。地元飲食店にとっては、北陸応援割の効果は限定的だと考える。
	○	一般レストラン（統括）	・2024年問題などがある物流も含めて、あらゆる物事で価格が上昇するが、新型コロナウイルス感染症の影響がない5年ぶりのゴールデンウィークになるため、4～5月は人が活発に動くと考え。また、インバウンドの動きも3月から活発化しており、この傾向が高まるとみている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの予約が増えている。
	○	タクシー運転手	・当事業は人の動き次第で左右される。国や県が被災地を応援する観光キャンペーン等で盛り上げてくれているため、今後は期待できると考える。
	○	通信会社（役員）	・マイナス金利政策の解除や金利上昇など、景気上昇のきっかけになると考える。
	○	テーマパーク（役員）	・3月16日に延伸開業した北陸新幹線や北陸応援割の効果が出てくることによって、来客数の動きは徐々に良くなってくると考える。
	□	一般小売店 [精肉]（店長）	・4月に入ると百貨店でイベント等があるため集客を期待しているが、総菜等の売行きが大変良く、生鮮等の動きは少し鈍いことから、景気は変わらないと考える。
	□	百貨店（販売担当）	・ゴールデンウィーク終了までは北陸新幹線の延伸ムードが継続し、来街者や来客数の増加が期待でき、特に食部門に関しては継続して伸長すると考える。しかし、物価高騰の影響もあり、衣料品や雑貨部門への波及は限定的とみている。お買い得品や低価格商材の動きが良い点、祝いなどのモチベーション需要も低価格志向ではありながらも動きは伸長している点などから、ゴールデンウィーク頃までは現状維持になると考える。
□	スーパー（店長）	・給与のベースアップが話題になっているが、身近な会社で大きく賃金が上昇した企業はまだ少ないようである。	
□	家電量販店（店長）	・物価高による買い控えは続きそうである。	
□	家電量販店（店長）	・ついで買いが少なく、前年と比べて客単価が下落している。	

□	家電量販店（本部）	・コンスタントに補助金による需要はあるが、全体として景気が良くなるほどではない。
□	乗用車販売店（経営者）	・前年から新車価格が上昇し、その他にも物価高の状況が続いているため、可処分所得が増えないなら、良くなるとは考えられない。
□	乗用車販売店（従業員）	・景気が良くなっていく要因がない。
□	自動車備品販売店（役員）	・一部では株価や長期金利、賃金の上昇などが話題になっているが、一般層の客における消費行動は依然として厳しい。物価上昇が続いており、話題となっている新NISA制度による消費の増加は直近では期待できない。
□	住関連専門店（役員）	・今年に入り、来客数も買上点数も全く伸びない。耐久消費財、趣味趣向への消費マインドが下がっている。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・それほど期待を持っていないため変わらない。
□	高級レストラン（スタッフ）	・前年並みの受注で推移している。北陸応援割の第2弾などがなければ、大きく変わる要因は考えられない。
□	スナック（経営者）	・当店の客は経営者が多いが、給料や雇用などについて大変厳しい声を聞いており、先行きは期待できない雰囲気である。
□	観光型旅館（経営者）	・能登半島地震の影響が少しずつ薄れ、予約はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前まで戻ってきている。
□	旅行代理店（従業員）	・予約状況のみても前年並みである。
□	タクシー運転手	・しばらくは観光客が増え、タクシー業界の人手不足もあり、忙しい状態が続くとみている。
□	通信会社（職員）	・良くなる要素は見当たらない。
□	通信会社（営業担当）	・新入学の時期が終わり、今後大きな起爆剤がない限り、変化が出ることはないと考える。
□	通信会社（役員）	・商戦期が終わって落ち着く時期となるが、特段のイベントもなく前年と同レベルで契約者数が推移すると考える。
□	パチンコ店（経理）	・今のところ景気変動に関連する事柄はないとみている。増税などが実施されればまた変わってくると考える。
□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・賃金以上に物価上昇の動きが強すぎる。当社自体はこの春から給与がアップする実感がない。世の中でニュースになっているような生活が良くなる雰囲気は大手の企業だけであり、中小企業には見受けられない。多くの人の生活のなかで健康づくりに意識を向けることが後回しになっていると考える。
□	美容室（経営者）	・最近の急激な物価高の影響で、客の来店サイクルが伸びている。この傾向がしばらく続くと考える。
□	住宅販売会社（従業員）	・これから天候が良くなり、商談も増える時期となるため、今後2～3か月は忙しい時期が続くとみている。全国的な統計で新築は減っているが、今年度は前年比では数%であるが売上もアップしており、新年度に向けて良いスタートが切れそうである。
□	住宅販売会社（従業員）	・復旧、復興の進み具合で多くの人の動きが変わってくる。これらの進み具合と資材の高騰、業者の調達がどうなっていくかはまだ不透明で、今後を見極めていきたい。
□	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震の影響が落ち着くまでは景気回復が厳しいと考える。
□	住宅販売会社（営業）	・やや良くなる可能性もあるが、地方では賃上げ率がそれほどでもないなど、具体的な景気回復要素がみえない。現状維持で精一杯だとみている。
▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・3～4月は基本的に新生活を迎える人が多く一時的な回復は見込めるが、それが落ち着いてくると、商品値上げなどにより再び消費が減少する可能性は高いと考える。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・マイナス金利政策解除や多品目での値上がりなど、悪くなる要素しかない。
▲	スーパー（店舗管理）	・地方では高齢化が加速し、県外資本参入によるオーバーストアも確実であるため、来客数の増加が見込めない。また、販売促進費を掛けても効果が少ない。
▲	コンビニ（店舗管理）	・北陸新幹線の延伸効果が尻すぼみの状況で、効果の持続は期待薄である。

	×	商店街（代表者）	・今まで関西や中京との結び付きが強かったが、一転して鉄道でアクセスしにくくなった影響は大きい。この状態が20年以上続きそうなのは問題である。また、日用品の値上がりの影響が徐々に出てきており、財布のひもが一層固くなってきそうである。
	×	通信会社（営業担当）	・新生活需要を満たせば、一旦販売数も落ち着くとみている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	金融業（融資担当）	・製造業は加賀地区を中心に回復基調である。北陸応援割などの支援やインバウンドの回復、北陸新幹線の敦賀延伸、歓送迎会の再開などで、飲食や観光も同様に回復基調となっている。
	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震で被災した工場の復旧が進むにつれ、業績は右上がりで見込める見込みである。
	○	プラスチック製品製造業（広報）	・多くの企業で賃上げが進むとみている。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車関連の生産が回復基調のもと、順調に受注が増えてきており、さらには物価上昇を背景に製品価格への転嫁も進んでいることから、業績としては好調に推移している。ただし、資源価格等の更なる高騰は続いており、引き続き価格転嫁を進めていく必要がある。
	○	建設業（役員）	・賃金のベースアップ基調により、景気はやや上向いていくとみているが、受注量の先行きについてはまだ読めない。
	○	輸送業（経理）	・荷主への価格改定交渉の実施により、改定の見通しがつきつつある。
	○	通信業（営業）	・円安が進む懸念はあるものの株価指数は引き続き上昇傾向のため、企業の業績も安定して推移するとみられ、平行して受注量も増加すると見込んでいる。
	○	金融業（融資担当）	・一部で能登半島地震の影響を懸念しているが、コロナ禍からの回復により観光関連が改善傾向となっている。コスト上昇分の価格転嫁も徐々に進み、利益改善にも期待できる。
	○	司法書士	・北陸新幹線延伸関連の各種事業やイベント、全国規模の集まりが続くので、飲食店、宿泊、広告など、関連する事業は良くなると考える。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合から変わらないと考える。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・前年から引き続き、受注量が減りつつある。
	□	建設業（経営者）	・3月末工期の工事の何本かは新年度に繰り越して施工するため、4月はそれなりに多忙感があるが、5～6月は公共工事の新規発注が見込めず暇になるとみている。
	□	輸送業（管理会計担当）	・足元では特別積合せ貨物運送の物量が回復する兆しが乏しい。
	□	不動産業（経営者）	・物価が非常に高くなっており、個人客の動きが止まっている状態であるため、良い情報が入ってこない。
	□	税理士（所長）	・飲食業や小売業といったB to Cの業種において、原材料の価格高騰を価格転嫁で補い、利益を何とか確保している。製造業などのB to Bは受注が少なく、価格転嫁も厳しい様子である。
	▲	繊維工業（総括）	・引き続き海外向けスポーツ・アウトドア用途の調整局面が続いていること、自動車用途が大手自動車メーカーでの不正問題発覚による停止の影響を受けていることに加え、能登半島地震の被害による影響がしばらく続くものと危惧している。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・目先の受注に回復の兆しが一向にない。客からの情報も、増加傾向になる製品がほぼなく、非常に厳しい状況が続いている。ただし、車載向け製品に関しては、一部の悪影響を除き、ほぼ順調な受注傾向にあることが唯一の望みである。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (北陸)	○	人材派遣会社（社員）	・求人数が若干上昇傾向である。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年度に入りゴールデンウィークも控えている。北陸新幹線の敦賀延伸などもあり、観光PRの広告出稿や企画が期待できる。購買意欲も高まる時期なので、各種営業広告の掲載が増えることも見込んでいる。
	○	職業安定所（職員）	・当面は北陸新幹線の敦賀開業効果の持続が期待できる。

○	職業安定所（職員）	・能登半島地震による被災者などの相談は減少傾向となり、通常の求職状況に戻りつつある。
□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・旧態依然とした経営を余儀なくされている企業と、AI等最新技術を導入して合理化している企業の間で差が広がり、特に歴史の長い伝統的企業は、業態転換や経営手法の変更が求められているように見える。
□	職業安定所（職員）	・求人数は僅かではあるが減少が続いており、足踏み感が続いている。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・現在、春闘で大手企業は景気の良い回答を出しているが、中小企業の多くは追随できず、格差が広がっているように見える。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・能登半島地震の影響、物価上昇、円安傾向が続き、状況が変わる要素や気配は見受けられない。
▲	人材派遣会社（役員）	・依然として求人はあり、人手不足感も変わりはないが、求人数は若干減っているように見える。
×	—	—